

**LAPORAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN BRANDING SENTRA
KERAJINAN TENUN IKAT BANDAR KIDUL KOTA
KEDIRI SEBAGAI PUSAT WISATA BELANJA**

TUGAS AKHIR

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh
Gelar Sarjana Teknik (S-1)

JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



Dosen Pembimbing :
Fenty Fahminnansih, ST., MMT.

Diajukan oleh :

NANIK ANDRIANI
0851010005

**FAKULTAS TEKNIK SIPIL DAN PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013**

TUGAS AKHIR

**PERANCANGAN BRANDING SENTRA KERAJINAN TENUN
IKAT BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI SEBAGAI PUSAT
WISATA BELANJA**

TUGAS AKHIR

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam memperoleh

Gelar Sarjana Teknik (S-1)

JURUSAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL



DISUSUN OLEH :

NANIK ANDRIANI

(0851010005)

**PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
FAKULTAS TEKNIK SIPIL & PERENCANAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2013**

TUGAS AKHIR

PERANCANGAN BRANDING

SENTRA KERJINAN TENUN IKAT

BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI

SEBAGAI PUSAT WISATA BELANJA

Dipersiapkan dan disusun oleh

NANIK ANDRIANI

0851010005

Telah dipertahankan didepan Tim Penguji

Pada tanggal : 27 Mei 2013

Pembimbing Utama

Penguji I

Fenty Fahminnansih, ST.,MMT

Pembimbing II

Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom

NPTY. 3810 9100 3031

Penguji II

Gusti Mohammad Hamdan Firmanta, ST

NPTY. 383101303641

Ketua Jurusan

Aris Sutejo, S.Sn., M.Sn

NPTY. 385111303531

Koordinator

Heru Subiyantoro ST., MT.

NPTY. 3 7102 96 0061 1

Aditya Rahman Yani, ST., M.Med.Kom

NPTY. 3810 9100 3031

Tugas Akhir ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana (S1)

Tanggal :

Dekan Fakultas teknik Sipil dan Perencanaan

Ir. Naniek Ratni Jar., M.Kes.

19590729 198603 2001

PERANCANGAN *BRANDING* SENTRA KERAJINAN TENUN IKAT BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI SEBAGAI PUSAT WISATA BELANJA

Nama : Nanik Andriani
NPM : 0851010005
Jurusan : Teknik Arsitektur – Desain Komunikasi Visual
Dosen Pembimbing : Fenty Fahminnansih, ST., MMT

Abstrak

Indonesia adalah negeri yang kaya, mempunyai banyak keindahan alam, ragam suku dan warisan budaya. Termasuk diantaranya adalah kerajinan tenun ikat. Namun masyarakat lebih mengenal batik untuk wakil bangsa sebagai ciri khas budaya dalam penciptaan kain. Tenun ikat merupakan kerajinan tangan yang dibuat dengan menggunakan alat tradisional, yang biasa disebut ATBM (alat tenun bukan mesin). Hampir semua provinsi dan kota di Indonesia mempunyai warisan budaya tenun, salah satunya dari Jawa timur adalah kota Kediri.

Kerajinan tenun ikat Kediri ini merupakan warisan turun temurun dari nenek moyang para pengrajin disana. Sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri ini sangat sepi pengunjung, salah satu akibatnya perputaran modal berhenti, sehingga banyak pengrajin yang berhenti dari usaha tenun. Jika terus dibiarkan akan mengakibatkan hilangnya pelestarian budaya, maka dari sini diperlukan sebuah branding untuk memberikan nilai jual untuk tenun ikat kota Kediri dan pelestarian budaya akan tetap terjaga.

Kata kunci : branding, tenun ikat BandarKidul, wisata belanja, ATBM

PERANCANGAN *BRANDING* SENTRA KERAJINAN TENUN IKAT BANDAR KIDUL KOTA KEDIRI SEBAGAI PUSAT WISATA BELANJA

Nama : Nanik Andriani
NPM : 0851010005
Jurusan : Teknik Arsitektur – Desain Komunikasi Visual
Dosen Pembimbing : Fenty Fahminnansih, ST., MMT

Abstract

Indonesia is a rich country, has a lot of natural beauty, cultural heritage and ethnic diversity. Including tenun ikat. But the community knows more about batik for the representative of the Indonesian culture than tenun ikat. Tenun ikat is a hand-made using traditional tools, commonly called ATBM (alat tenun bukan mesin). Almost all provinces and cities in Indonesia's cultural has this heritage, one of them are from East Java's Kediri.

Craft tenun ikat Kediri is hereditary inheritance from their ancestors of the craftsmen. Handicraft tenun ikat Bandar Kidul of Kediri was very unpopular, one of the problems are the capital turnover stopped, so lot of craftsmen quit from this business. If it continues to remain will lead to the loss of cultural preservation, so it need to be branding to give value to tenun ikat Kediri and the cultural preservation will be saved.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat serta hidayahnya sehingga perancang dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul “Perancangan *Branding* Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri Sebagai Pusat Wisata Belanja “.

Kota Kediri adalah kota yang mempunyai banyak potensi alam dan kekayaan warisan budaya yang melimpah. Termasuk diantaranya sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri, merupakan warisan budaya peninggalan jaman penjajahan Belanda. Tidak banyak masyarakat yang mengetahuinya apalagi keberadaannya, dengan melalui *branding* ini diharapkan dapat mengangkat dan memberi nilai jual yang tinggi pada kain tenun dari sentra kerajinn tenun ikat Kediri. Masyarakat luar kota ataupun dalam kota menjadi lebih mengenal tenun ikat asal Kediri dan mempunyai kebanggaan untuk memakainya.

Perancangan *branding* sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul ini masih jauh dari sempurna, pengerjaannya pun membutuhkan peran yang sangat penting dari orang-orang sekitar, karena tanpa mereka perancangan ini tidak akan dapat terselesaikan, karena itu perancang ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada yang telah membantu dan berperan penting terhadap perancangan tugas akhir ini, yaitu :

1. Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahnya, atas segala pertolongan yang telah diberikan hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
2. Nabi Muhammad SAW, yang menjadi panutan semua umat muslim di dunia.
3. Tjandra Gunawan, seseorang yang telah memberi semangat, saran, bimbingan dan doa hingga terselesaikannya tugas akhir ini.
4. Kedua orangtua yang selalu mendoakan dan memberi semangat.

5. Bapak Heru Subiyantoro Ketua Jurusan Desain Komunikasi Visual UPN “Veteran” Jatim Surabaya, atas kerja kerasnya sehingga tugas akhir angkatan ke tiga ini berjalan dengan lancar.
6. Bu Fenty Fahminnansih sebagai dosen pembimbing yang selalu memberi masukan dan kritikan sehingga terselesaikannya semua kesulitan selama tugas akhir ini.
7. Pak Gusti Muhammad Hamdan Firmanta sebagai dosen pembimbing yang selalu memberi semangat saran dn juga masukkan sehingga tugas akhir ini terselesaikan dengan baik.
8. Pak aik dan Pak aris selaku dosen penguji saat sidang tugas akhir, masukan dan kritikannya sangat membantu tugas akhir ini menjadi lebih baik.
9. Semua bapak dan ibu dosen desain komunikasi visual UPN “Veteran” Jatim Surabaya terimakasih atas ilmu yang telah diajarkannya selama ini.
10. Semua pengrajin sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri, yang telah meluangkan waktunya untuk saya saat penggalan data.
11. Semua teman-teman desain komunikasi visual UPN “Veteran” Jatim Surabaya yang telah membantu memberi support dan saran dalam pengerjaan tugas akhir ini.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu-satu yang telah turut berperan dalam perancangan ini.

Surabaya,

Penulis

PERNYATAAN ORISINALITAS TUGAS AKHIR

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam Naskah Tugas Akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Tugas Akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia Tugas Akhir ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (Sarjana) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Surabaya,20..

Nanik Andriani

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan	i
Abstrak	ii
Abstrak	iii
Kata Pengantar	iv
Pernyataan Orisinalitas Tugas Akhir	vi
Daftar Isi	vii
Daftar Gambar	xii
Daftar Tabel	xviii

Bab I Pendahuluan

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	7
1.3. Rumusan Masalah	9
1.4. Batasan Masalah.....	9
1.5. Ruang Lingkup	9
1.6. Tujuan Perancangan	9
1.7. Manfaat Perancangan	10
1.7.1. Masyarakat Untuk Mahasiswa	10
1.7.2. Masyarakat Untuk Masyarakat	10
1.7.3. Masyarakat Untuk Pengrajin Tenun Ikat Kota Kediri...	10
1.8. Sistematika Penulisan	10

Bab II Studi Literatur dan Studi Existing

2.1. Tenun di Indonesia	12
2.2. Pengertian Tenun Ikat	20
2.3. Diversifikasi Tenun Ikat Bandar Kidul	20
2.3.1. Karakteristik Tenun Ikat Bandar Kidul	21
2.4. Pengertian Branding	22
2.4.1. Tahap-Tahap Branding	24

2.4.2. Keputusan Branding	25
2.5. Sign/Tanda.....	28
2.6. Brand/Merek	28
2.6.1. Manfaat Merek	28
2.6.2. Interpretasi Merek	30
2.7. Proses Keputusan Konsumen	33
2.7.1. Identifikasi Pasar	37
2.8. Pengertian Desain Komunikasi Visual	39
2.9. Peran Visual	40
2.9.1. Proses Visual	40
2.9.2. Aspek Analisis Citra Visual	41
2.10. Prinsip Dasar Desain	44
2.11. Logo	46
2.12. Warna	47
2.12.1. Pengertian Warna	47
2.13. Typography	50
2.14. Ilustrasi	50
2.15. Proses Desain	50
2.16. Studi Kompetitor	52
2.16.1. Tempat Penjualan Oleh-Oleh Tahu Takwa dan Gethuk Pisang	52
2.17. Studi Komparator	53
2.17.1. Branding Jepara	53

Bab III Metode Perancangan

3.1. Definisi Judul.....	56
3.2. Definisi Perancangan	57
3.2.1. Definisi <i>Branding</i>	57
3.2.2. Definisi <i>Branding</i> Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri	58
3.3. Pengertian Wisata.....	58

3.3.1. Pengertian Wisata Belanja	59
3.3.2. Pusat Wisata Belanja	59
3.4. Teknik Sampling	59
3.4.1. Target Konsumen	59
3.4.2. Demografi Target Audiens	62
3.4.3. Psikografi Target Audiens	62
3.5. Strategi Pengumpulan Data	63
3.5.1. Data Primer	63
3.5.2. Data Sekunder	63
3.6. Sumber Data	65
3.7. Metode Perancangan	65
3.8. Metode Berpikir Dalam Perancangan Desain	67
3.9. Pengambilan Keputusan	69
3.10. Kerangka Berpikir	71

Bab IV Konsep Desain

4.1. Penelusuran Masalah	72
4.2. Hasil Analisa Riset	73
4.2.1. Analisa Riset Kuisisioner	73
4.2.2. Analisa Riset Observasi	75
4.2.3. Analisa Riset Wawancara	76
4.2.4. Analisa Riset Kompetitor	76
4.2.5. Analisa Riset Komparator	77
4.2.6. Consumer Journey	77
4.2.7. Consumer Insight	81
4.2.8. Point of Contact	81
4.3. Konsep Keyword	83
4.4. Penjabaran Konsep	83
4.4.1. Keyword	83
4.5. Visualisasi Konsep	84
4.5.1. Strategi Visual	84

4.5.2. Strategi Komunikasi	85
4.5.3. Konsep Warna	86
4.5.4. Tipografi	88
4.5.5. Media <i>Branding</i> yang Dipakai	88
4.5.6. Media Promosi pada <i>Branding</i>	93
4.6. Proses Desain	94
4.6.1. Sketsa Visual Alternatif Logo	94
4.6.2. Alternatif Desain Logo Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri	95
4.6.3. Alternatif Desain Signsystem Sentra Kerajinan TenunIkat Bandar Kidul Kota Kediri	96
4.6.4. Alternatif Desain Kemasan Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri	98
4.6.5. Alternatif Desain Website Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri	99
4.6.6. Alternatif Desain Billboard Sentra Kerajinan Tenun Ikat Bandar Kidul Kota Kediri	101

Bab V Implementasi Desain

5.1. Logo	102
5.2. Signsystem	103
5.3. Kemasan	105
5.4. Website	106
5.5. Billboard	107
5.6. Media Pendukung	108
5.6.1. Stationary	108
5.6.2. Kartu Nama.....	108
5.6.3. Label	108
5.6.4. Transportasi	109

Bab VI Kesimpulan dan Saran	
6.1. Kesimpulan	110
6.2. Saran	111
Daftar Pustaka	112
Lampiran	114
Biodata Penulis	118

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kawasan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul dan teknik pembuatan tenun ikat (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, 2013)	2
Gambar 1.2 Situasi sentra kerajinan terlihat sepi di setiap jalan pengrajin (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, 10 Januari 2013)	4
Gambar 1.3 Situasi penjualan makanan khas Kediri yang mempunyai banyak pengunjung (Sumber : dokumentasi penulis, 10 Januari 2013)	4
Gambar 1.4 Jalan menuju sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri tanpa ada signsystem yang menunjukkan adanya sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013).....	8
Gambar 1.5 Jalan di kawasan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri dan papan nama yang dipakai di depan rumah (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013)	8
Gambar 1.6 Jalan di kawasan kota Kediri media promosi untuk sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013)	8
Gambar 2.1 Alat tenun Gedogan (Sumber : http://blog-urangsunda.blogspot.com , diambil tanggal 16 Maret 2013)	12
Gambar 2.2 Contoh alat tenun gedogan (Sumber : http://rri.co.id , diambil tanggal 16 Maret 2013).....	13

Gambar 2.3 Alat tenun bukan mesin (ATBM) (Sumber : http://ray-fashion-by-ray-rachma.blogspot.com , diambil tanggal 16 Maret 2013)	13
Gambar 2.4 Alat tenun bukan mesin (ATBM) (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, diambil tanggal 10 Januari 2013).....	14
Gambar 2.5 ATBM Dobby (Sumber : http://tenunikat.etalasekediri.com , diambil tanggal 16 Maret 2013)	14
Gambar 2.6 Sumber http://tenunikat.etalasekediri.com (dikutip tanggal 16 Maret 2013)	15
Gambar 2.7 Sumber http://tenunikat.etalasekediri.com (dikutip tanggal 16 Maret 2013)	15
Gambar 2.8 Tenun ikat lurik (Sumber : http://fashionesedaily.com , diambil tanggal 16 Maret 2013)	16
Gambar 2.9 Tenun ikat lungsi (Sumber : www.budaya-indonesia.org , diambil tanggal 20 Maret 2013)	15
Gambar 2.10 Tenun ikat pakan (Sumber : http://www.kriyalea.com , diambil pada tanggal 20 Maret 2013)	18
Gambar 2.11 Tenun ikat ganda (ikat lungsi dan pakan) (Sumber : http://ritangxiao.blogspot.com , diambil pada tanggal 20 Maret 2013).....	18
Gambar 2.12 Tenun songket (Sumber : http://ritangxiao.blogspot.com , diambil pada tanggal 20 Maret 2013)	19

Gambar 2.13 Tenun dengan ATM Dobby (Sumber : www.indonetwork.co.id , diambil pada tanggal 20 Maret 2013)	19
Gambar 2.14 Hasil produksi sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, diambil pada tanggal 10 Januari 2013)	21
Gambar 2.15 Tempat penjualan makanan khas kota Kediri Jl. Yos Sudarso kota Kediri (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, diambil pada tanggal 7 Maret 2013).....	52
Gambar 2.16 Gapura sentra kerajinan tenun ikat Troso Jepara (Sumber : www.gardutroso.co.cc , diambil pada tanggal 11 Februari 2013)	53
Gambar 2.17 Hasil produksi tenun dari sentra kerajinan tenun ikat Troso Jepara (Sumber : www.tokotenuntroso.blogspot.com dan www.tenuntrosojepara.com , diambil pada tanggal 11 Februari 2013)	54
Gambar 4.1 jenis motif tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, diambil pada tanggal 10 Januari 2013)	85
Gambar 4.2 Contoh konsep vintage (Sumber : http://gerrilya.files.wordpress.com dan http://t2.gstatic.com , diambil tanggal 20 Maret 2013)	85
Gambar 4. 3 Konsep penentuan warna (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013)	86
Gambar 4.4 Warna Biru (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013).....	87

Gambar 4.5 Warna hitam (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013)	87
Gambar 4.6 Turunan dari warna coklat (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013).....	88
Gambar 4.7 Contoh logo (Sumber : http://www.123rf.com , diambil tanggal 3 Maret 2013).....	89
Gambar 4.8 Alternatif Sketsa Visual 1	94
Gambar 4.9 Alternatif Sketsa Visual 2	95
Gambar 4.10 Alternatif desain logo	95
Gambar 4.11 Desain logo terpilih	96
Gambar 4.12 Alternatif desain signsytem 1	96
Gambar 4.13 Alternatif desain signsytem 2	96
Gambar 4.13 Alternatif desain signsytem 3	97
Gambar 4.14 Alternatif desain signsytem 4	97
Gambar 4.15 Alternatif desain signsytem 5	97
Gambar 4.16 Alternatif desain kemasan 1	98
Gambar 4.17 Alternatif desain kemasan 2	98

Gambar 4.18 Alternatif desain kemasan 3	98
Gambar 4.18 Alternatif desain kemasan 4	99
Gambar 4.11 Alternatif desain website	100
Gambar 4.11 Desain website terpilih	100
Gambar 4.11 Alternatif desain billboard 1	101
Gambar 4.11 Alternatif desain billboard 2	101
Gambar 5.1 Gambar logo terpilih	102
Gambar 5.2 Desain signsystem untuk gapura menuju sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul	103
Gambar 5.3 Desain signsystem sebagai papan nama didepan rumah	104
Gambar 5.4 Desain signsystem untuk masuk dalam gang rumah pengrajin	104
Gambar 5.5 Desain signsystem penunjuk di jalan	104
Gambar 5.6 Desain kemasan untuk sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul	105
Gambar 5.7 Layout desain website untuk sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul	107
Gambar 5.8 Desain billboard	107
Gambar 5.9 Desain stationary	108

Gambar 5.10 Desain kartu nama.....	108
Gambar 5.11 Desain label.....	108
Gambar 5.12 Gambar desain angkutan umum.....	109
Gambar 5.1 3 Gambar desain becak	109
Gambar 5.14 Gambar desain bus	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 kerangka Berpikir (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013)	71
Tabel 4.1 consumer journey (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013)	81
Tabel 4.2 Konsep Keyword (Sumber : dibuat penulis, Nanik Andriani, dibuat tanggal 10 Maret 2013)	83

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negeri yang kaya, mempunyai banyak keindahan alam, ragam suku dan warisan budaya. Termasuk diantaranya adalah kerajinan tenun ikat. Tenun ikat merupakan kriya tenun Indonesia berupa kain yang ditenun dari helaian benang atau benang lungsin yang sebelumnya diikat dan dicelupkan ke dalam zat pewarna alami. Mungkin selama ini masyarakat lebih mengenal batik untuk wakil bangsa sebagai ciri khas budaya dalam penciptaan kain. Namun masih ada lagi kain hasil karya pengrajin Indonesia yang tidak kalah bagus, yaitu tenun.

Teknik pembuatan tenun sama dengan batik yaitu *handmade*, yang membedakan membatik itu melukis atau menggambar di atas kain. Kain tenun ini dibuat dengan alat tenun tapi bukan mesin. Hasil dari kain tenun ini dapat dijahit untuk dijadikan pakaian dan pelengkap busana, aksesoris perlengkapan busana, kain pelapis mebel, atau menghias interior rumah. Teknik tenun ikat terdapat diberbagai daerah di Indonesia. Daerah-daerah yang terkenal dengan tenun ikat, diantaranya yaitu : Jepara , Bali, Lombok, Sumbawa, Sumba, Flores, dan Timor. Dengan adanya kerajinan tenun disetiap daerah di Indonesia maka teknik menenun yang dikenal oleh masyarakat Indonesia pun ada tiga macam, yaitu teknik tenun datar, tenun ikat dan teknik benang tambah.

Namun setelah ditelusuri selain beberapa tempat yang disebut diatas, disetiap daerah kota dalam provinsi mempunyai warisan budaya kerajinan tenun. Misalnya : tenun ikat Banda Aceh, tenun ikat Denpasar, tenun ikat Batak, tenun ikat Palembang, dan masih banyak lagi lainnya. Salah satunya tenun ikat yang berasal dari Jawa Timur, adalah tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri yang akan desainer angkat dalam pengerjaan tugas akhir ini.

Kota Kediri merupakan wilayah kota yang merupakan salah satu Pemerintah Kota yang ada di wilayah propinsi Jawa Timur, kota Kediri terletak di wilayah selatan bagian barat Jawa Timur. Kota Kediri dijadikan wilayah pengembangan kawasan lereng Wilis, dan sekaligus sebagai pusat pengembangan regional eks Wilayah Pembantu Gubernur Wilayah III Kediri yang mempunyai pengaruh timbal balik dengan daerah sekitarnya. Kota Kediri mempunyai banyak peninggalan budaya dan sejarah. Salah satunya adalah warisan turun temurun kerajinan tenun ikat asli kediri, yang tepatnya berada di daerah Bandar Kidul.

Kerajinan tenun ikat di kota Kediri masuk dalam wilayah sentra industri tenun ikat Bandar. Dalam wilayah itu mempunyai 5 orang pengrajin, yaitu pengrajin tenun ikat Sinar Barokah, pengrajin tenun ikat Munawar, pengrajin tenun ikat Kodok Ngorek 1, pengrajin tenun ikat Medali Emas, pengrajin tenun ikat Bandara, dan 3 orang sebagai penjual, yaitu tenun ikat Sahabat Tenun, tenun ikat MAM Putra, tenun ikat Kodok ngorek 2. Diantara yang desainer sebutkan diatas, yang pertama kali berdiri adalah pengrajin tenun ikat Sinar Harapan sejak tahun 1987. Dan usaha tersebut merupakan usaha turun temurun yang dilakukan oleh para orang tua mereka.



Gambar 1.1: Kawasan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul dan teknik pembuatan tenun ikat (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, 2013)

Sentra kerajinan adalah suatu tempat untuk pengembangan budaya. Pada sentra kerajinan terdapat sekumpulan pengrajin yang mempunyai kemampuan yang diwariskan oleh para nenek moyang mereka. Seperti sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri ini. Ditempat ini bisa dijadikan sebagai tempat

belajar para generasi muda, mengenal secara lebih dekat tentang suatu peninggalan budaya suatu daerah, agar warisan budaya ini tidak hilang dan akan terjaga sampai kapanpun. Namun hal itu sulit untuk diwujudkan karena beberapa faktor, yaitu :

- Para generasi muda yang lebih menyukai budaya dari negara lain
- Kurangnya modal untuk melanjutkan usaha tenun ikat yang telah dirintis orang tua yang terdahulu
- Banyak yang lebih menyukai kain batik, karena model baju dari kain batik yang sekarang jauh lebih modern atau modis

Bandar Kidul merupakan sebuah kelurahan di wilayah Kecamatan Mojoroto, Kota Kediri, Provinsi Jawa Timur. Daerah ini merupakan sentra kerajinan tenun ikat yang sudah ada sejak tahun 1980-an. Di Kelurahan Bandar Kidul, kerajinan tenun ikat dengan menggunakan ATBM (alat tenun bukan mesin) merupakan tradisi turun-temurun yang telah ada sejak dahulu. Kerajinan tenun ikat Bandar Kidul sempat mencapai puncak kejayaan antara tahun 1960-1970. Namun kejayaannya pada era 1960-an tidak berlangsung lama. Pada akhir era 1970-an hingga 1980-an kerajinan tenun ikat Bandar Kidul mulai surut. Hal itu terutama disebabkan oleh dua faktor, yaitu : Pertama, kalah dengan kain tenun buatan pabrik. Kedua, tidak adanya generasi penerus setelah pendiri usaha meninggal dunia. Hingga 1990-an, jumlah perajin tenun sekitar 20-an orang. Tapi, lambat laun jumlah perajin tenun ikat Kediri terus berkurang. Kini, jumlah pengrajin tenun tinggal 8 orang. Selama ini, perajin tenun ikat memasarkan produknya dengan cara dititipkan ke toko pakaian, melalui rumah perajin sendiri maupun dibukakan stand oleh pemerintah kota di GOR Jayabaya Kota Kediri. Upaya pembukaan stand di GOR tidak efektif mengingat lokasi GOR yang kurang strategis. Pemasaran yang tidak efektif menyebabkan penjualan tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Penjualan yang tidak terlalu tinggi mengakibatkan perputaran modal menjadi lambat. Tidak jarang mereka mengalami kekurangan modal. Apabila hal ini terus dibiarkan maka tidak mustahil 20 tahun mendatang tidak akan ada lagi pengrajin tenun ikat di Bandar Kidul mengingat dalam kurun

waktu 1980 sampai 2010 jumlah perajin yang gulung tikar sebanyak 10-an orang. Oleh karena itu diperlukan inovasi dalam pemasaran produk agar perputaran modal stabil. Dari pihak pemerintah pun belum melakukan inovasi yang berhubungan untuk peningkatan perluasan pasar untuk tenun ikat ini.¹



Gambar 1.2 : Situasi sentra kerajinan terlihat sepi di setiap jalan pengrajin (Sumber : dokumentasi penulis, Nanik Andriani, 10 Januari 2013)



Gambar 1.3 : Situasi penjualan makanan khas Kediri yang mempunyai banyak pengunjung (Sumber : dokumentasi penulis, 10 Januari 2013)

¹ www.tenunikatkediri.com (diakses tanggal 10 januari 2013)

Selain itu, dari hasil observasi, wawancara, dan kuisioner telah didapati bahwa masyarakat di dalam kota maupun luar kota banyak yang tidak tahu tentang sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri, sedangkan menurut para pengrajin tenun disana “kebanyakan konsumen yang datang bukan konsumen langsung namun para pedagang kain yang akan menjual lagi kain tenun tersebut”. Sedangkan dari pihak disperindag kota Kediri mengatakan bahwa “pernah mengadakan event termasuk didalamnya mengikut sertakan produk tenun ikat Kediri, namun masih juga belum membantu nilai jual sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul, dan dibuatkan juga sebuah tempat penjualan oleh-oleh yang bisa menampung produk dari sentra kerajinan tenun ikat kota Kediri tetapi sepi pengunjungnya.

Melihat beberapa fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul sangat sepi pengunjungnya, sehingga perlu dilakukan *branding*, yaitu membangun sebuah *brand*, yang bertujuan untuk merangkul target market, sehingga *brand* yang dibuat menjadi pilihan yang tepat untuk konsumen. Menurut Surianto Rustan (2011:5), membangun sebuah *brand* terkenal bukanlah semata-mata apa yang telah anda lakukan, tapi lebih kepada, apa yang telah anda lakukan untuk tampil beda dibandingkan yang lain, dengan menggunakan sumber kreatif yang minimal. Dapat disimpulkan bahwa *branding* itu memiliki kekuatan yang sangat besar.

Pentingnya pembentukan sebuah *brand*, hal ini dapat diterapkan pada sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri, agar bisa dikenal oleh masyarakat bahwa kota Kediri mempunyai produk tenun yang berkualitas dan pantas untuk dibanggakan. Dimana pada saat ini kota Kediri lebih terkenal dengan makanan khasnya yaitu tahu takwa dan gethuk pisang. Maka dari itu *branding* disini sangat perlu karena dari pihak pemerintah kota Kediri sendiri mengharapakan tenun ikat ini menjadi produk unggulan sebagai *icon* yang bisa dijadikan sebagai oleh-oleh khas Kediri, seperti batik di Yogyakarta.

Solusi *branding* dalam penciptaan sebuah *brand*, agar tenun ikat kota Kediri bisa dikenal oleh semua masyarakat, terutama masyarakat sekitar Kediri dimana hasil kuisioner dengan target semen usia 27-45 menunjukkan hampir 70 % banyak yang belum mengetahui tenun ikat ataupun sentra kerajinannya. Maka harus diciptakan sebuah merek untuk bisa memberikan identitas pada produk dari sentra kerajinan tenun ikat kota Kediri. Dari buku Tjiptono (2011:21) menurut Proffesor Brand Marketing dari University of Birmingham Leslie de Chernatony, interpretasi merek meliputi : interpretasi berbasis input (*branding* dipandang sebagai cara manager mengalokasikan sumber dayanya dalam rangka meyakinkan konsumen), interpretasi berbasis output (interpretasi dan pertimbangan konsumen terhadap kemampuan merek memberikan nilai tambah bagi mereka), dan interpretasi berbasis waktu (menekankan *branding* sebagai proses yang berlangsung terus-menerus). Merek sangat berperan sebagai logo, *positioning*, kepribadian, identitas, penambah nilai dan sebagai citra.

Setelah *brand* tercipta diperlukan juga inovasi pada hasil produk para pengrajin. Hampir semua pengrajin tenun ikat di sentra kerajinan Bandar Kidul, produk yang dihasilkan sebagian besar hanya dalam bentuk kain. Hanya 1 (satu) pengrajin yang mempunyai produk selain kain yaitu baju, tudung saji, tempat nasi, syal, itupun hanya diproduksi sedikit. Hal itu akan mempunyai dampak yang besar pada minat pembeli tenun ikat, yaitu jika sebagian besar yang dihasilkan hanya kain maka yang akan membeli tenun ikat orang-orang yang sedang membutuhkan kain untuk seragam kantor, kado, ataupun koleksi, serta berpengaruh juga pada konsumen yang datang ke sentra kerajinan tenun ikat, mayoritas adalah para penjual kain.

Dengan adanya inovasi pada produk tenun ikat yang dibuat lebih *fashionable*, maka akan mempunyai dampak yang lain. Seperti kain batik yang sekarang ini cenderung dibuat lebih modis dipasaran sehingga peminatnya semakin banyak. Pada dasarnya kain tenun ikat mempunyai nilai seni lebih tinggi daripada batik, dari segi pembuatannya kain tenun sebelum di tenun harus di batik dulu untuk membuat motif, kemudian untuk membedakan warna pada motif benang harus

diikat dengan rafia, lalu dilakukan pewarnaan, setelah dikeringkan benang baru bisa ditenun. Itulah yang membuat harga kain tenun mempunyai harga yang tinggi dipasaran. Sehingga dengan dibuatkan inovasi pengembangan produk dalam bentuk pembuatan berbagai jenis baju, sepatu, dll yang lebih modis maka akan dipastikan pengunjung yang datang ke sentra kerajinan akan semakin banyak, dan para wisatawan akan lebih banyak yang datang untuk dijadikan sebagai oleh-oleh dai kota Kediri, karena selama ini yang bisa dibawa hanya oleh-oleh berupa makanan khas kota Kediri.

Branding akan sangat berpengaruh pada kemajuan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri. Dengan adanya *branding*, identitas merek akan tercipta sehingga berpengaruh pada konsumen bisa membedakan produk dengan jelas apabila dibandingkan dengan produk pesaing lainnya. Keberhasilan pada *branding* mempengaruhi pada perekonomian para pengrajin, karena penjualan yang meningkat, serta ini bisa berpengaruh juga pada warga Bandar Kidul yang lain untuk mendirikan usaha tenun yang dianggapnya lebih potensial. Kemudian para pengrajin bisa terus berkembang secara mandiri. Sedangkan untuk kota Kediri sendiri akan diuntungkan dengan semakin banyaknya wisatawan yang berkunjung.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Kurangnya minat para generasi muda sekarang dengan produk tenun ikat dan cenderung lebih menyukai batik
2. Tidak ada media petunjuk yang bisa digunakan wisatawan atau pengunjung sebagai petunjuk arah untuk mengetahui adanya setra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri

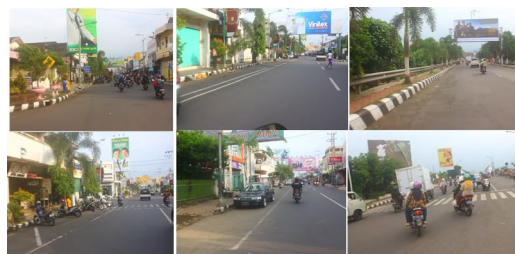


Gambar 1.4 : Jalan menuju sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri tanpa ada signsystem yang menunjukkan adanya sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013)



Gambar 1.5 : Jalan di kawasan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri dan papan nama yang dipakai di depan rumah (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013)

3. Belum adanya media promosi yang mengenalkan sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri ketika ada pengunjung atau wisatawan yang datang



Gambar 1.6 : Jalan di kawasan kota Kediri media promosi untuk sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri (Sumber : dokumentasi penulis, 5 juni 2013)

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana membuat perancangan *branding* sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul yang efektif sebagai wisata belanja di kota Kediri

1.4 Batasan Masalah

1. Perancangan *branding* hanya ditujukan untuk semua jenis produk yang dihasilkan dan dibuat dengan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
2. Perancangan *branding* disesuaikan dengan produk dan ciri kas sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri

1.5 Ruang Lingkup Studi

1. Penelitian terhadap kebudayaan karakteristik tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
2. Tinjauan terhadap segala sesuatu tentang branding dan strategi komunikasinya
3. Penelitian di area sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
4. Penelitian di wilayah kota Kediri sebagai penempatan *signsystem* dan EGD yang tepat
5. Pada perancangan ini ruang lingkupnya adalah wilayah kota dan kabupaten Kediri

1.6 Tujuan Perancangan

1. Agar menjadi sebuah inovasi dari tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri supaya lebih bisa diterima oleh masyarakat
2. Agar dengan adanya perancangan *branding* dapat menambah daya jual tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
3. Agar di sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri bisa dijadikan pilihan wisatawan sebagai wisata belanja dan sarana untuk belajar membuat tenun

1.7 Manfaat Perancangan

1.7.1. Manfaat Untuk Mahasiswa

- Untuk mengaplikasikan mata kuliah di jurusan desain komunikasi visual pada sebuah *branding* produk tenun ikat Bandar Kidul
- Untuk menambah pengetahuan tentang bagaimana perancangan *branding* suatu tempat kerajinan dan produknya
- Untuk Mengetahui bagaimana membuat perancangan *branding* untuk meningkatkan penjualan
- Untuk menambah wawasan secara mendalam tentang kerajinan tenun ikat dari pembuatan benang sampai bentuk jadi

1.7.2. Manfaat Untuk Masyarakat

- Masyarakat akan mengenal dan mengetahui kualitas nilai tenun ikat yang dimiliki oleh sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
- Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung, diharapkan dapat menambah lapangan kerja yang baru bagi masyarakat sekitar

1.7.3. Manfaat Untuk Pengrajin Tenun Ikat Kota Kediri

- Untuk memberikan nilai jual dan pemasaran sentra kerajinan tenun ikat Bandar Kidul kota Kediri
- Untuk memperkenalkan produk sentra kerajinan tenun ikat kepada masyarakat luas

1.8. Sistematika Penulisan

- BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan latar belakang pemilihan judul, identifikasi masalah, ruang lingkup, serta tujuan perancangan

- **BAB II STUDI EXISTING DAN TINJAUAN PUSTAKA**

Pada tinjauan pustaka mengenai hal yang mencakup teori dasar yang melatarbelakangi konsep yang akan dibuat serta studi yang diperoleh dari data eksisting, sehingga mendapatkan data yang valid, guna menghasilkan output yang diinginkan.

- **BAB III METODE PERANCANGAN**

Menguraikan tentang definisi judul dan sub judul serta keabsahan riset, dan serta tahapan dan logika pikir dalam menyelesaikan judul ini.

- **BAB IV KONSEP DESAIN**

Pembahasan tentang analisa riset sehingga ditemukan keyword konsep yang akan menjadi acuan tiap output desain secara menyeluruh

- **BAB V IMPLEMENTASI DESAIN**

Pembahasan terhadap keluaran desain (output) sebagai perwujudan dari konsep dan teori yang dipakai.

- **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan yang berupa jawaban terhadap permasalahan dan nilai baru yang ditemukan. saran bagi proyek desain selanjutnya sebagai hasil pemikiran atas keterbatasan yang dilakukan.